

7. Каков взгляд арабов на Иран? // khabaronline [Электронный ресурс]. 2015. URL: <https://www.khabaronline.ir/news/نگرنداعراب-به-ایران-چگونه-می-409171> (дата обращения: 25.11.2020).
8. Кризис управления «религиозной ненавистью» в ирано-саудовских отношениях // BBC [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://www.bbc.com/persian/iran-54983010> (дата обращения: 04.10.2020).
9. Тарик Осман: Как мы понимаем главную дилемму иранской мысли и ее взглядов на арабов? // CNN [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://arabic.cnn.com/middle-east/article/2020/12/23/opinion-iran-dilemma> (дата обращения: 25.11.2020).
10. Антииранский Иран или антииранские арабы? // radiofarda [Электронный ресурс]. 2016. URL: <https://www.radiofarda.com/a/f7-taboo-e9-anti-arab-sentiments-in-iran/28096960.html> (дата обращения: 14.11.2020).
11. Странное отношение представителя свободной сирийской армии // Oshidā [Электронный ресурс]. 2014. URL: <http://oshida.ir/prtiqzaz.t1auz2bcct.html> (дата обращения: 14.11.2020).
12. Министерство культуры Ирана: песня // Qanah al'alem [Электронный ресурс]. 2015. URL: <http://www.alalam.ir/news/1730791> (дата обращения: 14.11.2020).
13. Министр иностранных дел Ирана об исполнении ядерной сделки: ожидаем снятия санкций // BBC [Электронный ресурс]. 2020. URL: <https://www.bbc.com/persian/iran-54983010> (дата обращения: 14.11.2020).
14. Керри уважил своих иранских родственников твитом о Персидском заливе? // arabi21 [Электронный ресурс]. 2015. URL: <https://arabi21.com/story/819494/> (дата обращения: 14.11.2020).

## **ОСОБЕННОСТИ ЯПОНСКОЙ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ В ДЕЛОВОЙ СФЕРЕ НА ПРИМЕРЕ ВЕДЕНИЯ ПЕРЕГОВОРОВ**

*К.О. Севрюк*

*Белорусский государственный университет,  
пр. Независимости, 4, 220030, г. Минск, Беларусь, sevruk.karina@gmail.com*

В статье описаны особенности японской деловой коммуникации в контексте межкультурной коммуникации на фоне социокультурных особенностей японского общества, таких как: гармония как основополагающий принцип взаимодействия в социуме, для поддержания гармонии необходимо соблюдение принципов коллективизма, норм поведения, иерархии. Общий социально-культурный опыт обуславливает высококонтекстное использование языка. Переговоры с японской стороной не ограничиваются исключительно обсуждением дел, существует также традиционный этикет, такой как обмен визитками и подарками, совместное времяпрепровождение вне офиса.

**Ключевые слова:** межкультурная коммуникация; высококонтекстное общение; деловые переговоры.

# FEATURES OF JAPANESE INTERCULTURAL COMMUNICATION IN THE BUSINESS SPHERE ON THE EXAMPLE OF NEGOTIATION

*K.O. Sevruk*

*Belarusian State University, Niezaliežnasci Avenue, 4, 220030, Minsk, Belarus*

The features of Japanese business communication in the context of intercultural communication against the background of the socio-cultural characteristics of Japanese society are described, such as: harmony as a fundamental principle of interaction in society; to maintain harmony, it is necessary to observe the principles of collectivism, norms of behavior, hierarchy. Shared socio-cultural experience determines the highly contextual use of language. Negotiations with the Japanese side are not limited solely to business meetings and negotiations; there is also traditional etiquette, such as exchanging business cards and gifts, spending time together outside the office.

**Key words:** intercultural communication; high-context communication; business negotiations.

В связи с усилением глобализации мирового сообщества, более тесным взаимодействием культур разных стран и углублением межкультурной коммуникации, диалог культур становится все более важным предметом изучения. В современной культурологии все большее внимание уделяется исследованию стратегий межкультурного общения, что особенно необходимо в деловой сфере, поскольку позволяет избежать конфликта деловых партнеров из-за разности культур.

Специфика коммуникационных процессов в Японии формировалась под воздействием различных культурно-исторических факторов, обусловивших своеобразие языка и стиля коммуникации: однородности населения, влияния религиозных традиций и философских воззрений, особенностях исторического развития японской культуры. Эти факторы сформировали специфическую структуру социальной организации и межличностных отношений в Японии, которые, в свою очередь, сформировали характер японской коммуникации [3]. Процесс межкультурного общения подразумевает принятие во внимание культурной обусловленности своего родного языка и языка партнера по коммуникации. Язык партнера следует воспринимать с учетом той культуры, в которой он живет и носителем которой является. Это требует определенной компетенции не только в языке, но и в связанном с ним поведении. По определению японского ученого Нагасима Нобухиро, для западной цивилизации типичной является форма «коммуникации максимального общения», в то время как для японской – «форма минимального общения» [3]. В японском социуме, где присутствует общий социокультурный фон, нет необходимости проговаривать каждую мысль, поскольку

считается, что два человека с одинаковым историческим и социально-культурным опытом способны понять друг друга при помощи этого опыта и с минимальным использованием слов.

Эту же теорию изложил антрополог Эдвард Холл в своей книге «Вне культуры», где разделил использование языка на два типа: высококонтекстное и низкоконтекстное. Низкоконтекстное использование распространено в англоговорящих странах, а также в Германии, Голландии и Швеции, где говорят достаточно прямо и в проговоренном содержится непосредственно сообщение о том, что хотел сказать говорящий. Для понимания сообщения не нужно больше никакой другой информации. К примеру, к низкоконтекстному общению относятся научные концепции или математические формулы, которые понимаются через универсально разделяемые определения, и ясность их сообщения должна быть максимальной. Такие сообщения прямолинейны и по существу, а говорящие нетерпеливы к риторике и расплывчатости. В США требование «говорить то, что вы имеете в виду, и иметь в виду то, что вы говорите» указывает на предпочтение низкоконтекстного общения. Напротив, высококонтекстное общение является многонаправленным, в нем каждое сообщение не ограничивается только словами. Высококонтекстное сообщение включает в себя тон голоса, язык тела, и общий социально-культурный опыт. Высококонтекстное общение предполагает множественные смыслы и символизм. Японская культура является высококонтекстной. Японские высказывания зачастую непрямы и расплывчатые, и многие из них могут быть поняты правильно только в случае, если слушающий хорошо знает говорящего, распознает язык тела и тон, которым произнесено сообщение. Таким образом, основная специфика, которую необходимо учитывать в межкультурной коммуникации, в которой участвуют японцы, – это восприятие любого информационного сообщения как высококонтекстного [цит. по: 2, ст. 30].

Необходимо помнить, что в Японии как в стране с сильными позициями традиционной культуры очень важны специфические деловые практики, позволяющие в надлежащей форме вести деловые переговоры. Например, гармония 和 (*wa*) остается ведущей философией в Японии, которая влияет на многие сферы общества, включая деловые отношения. Японская культура бизнеса имеет ряд особенностей. Поскольку японская культура даже в современном мире сохраняет дух традиций и обычаев, которые складывались на протяжении истории японской нации, в японцах глубоко укоренились концепция жизни в гармонии, для поддержания которой необходимы сильные принципы коллективизма, соблюдение норм поведения, иерархия. Гармония отводит каждому человеку его персональное место, а способы сохранения гармонии опре-

деляют обязанности и полномочия, которые надлежит неукоснительно исполнять, поскольку все люди «равны перед гармонией» [1].

Поддержание гармонии является основополагающим элементом деловых отношений, и из этого вытекают специфические для японской коммуникации схемы поведения, например, косвенные, расплывчатые и вежливые реакции, даже если они не согласны с тем, что сообщает им говорящий. Японцы редко открыто не соглашаются или высказывают какое-либо мнение, которое могло бы вызвать трения, поскольку стараются быть вежливыми и сохранять гармонию в любой ситуации. Это выражается и в способах использования языка во время переговоров. Например, на деловых встречах японцы часто говорят «да» и кивают, пока слушают речь собеседника. Это означает, что предложение, высказанное в ходе переговоров, услышано, однако это кивание не значит, что высказанное предложение обязательно принято. Для тактичного отказа часто используется и тишина. Когда возникает проблема, которую невозможно разрешить, японские бизнесмены иногда сидят в тишине. Это японский способ позволить разговору вернуться к гармонии, чтобы было свободное место для новой темы обсуждения. Западные партнеры часто находят такое молчание неловким, но стараются не нарушать его и не продолжать настаивать на вопросе.

В деловой сфере японцы очень ориентированы на личные отношения, поскольку ориентированы на развитие долгосрочных партнерских отношений, а не просто на быстрое заключение сделки. Именно в рамках этого долгосрочного подхода к деловым отношениям они, как правило, пытаются узнать о своих партнерах как можно больше информации, не только деловой, но и культурной, чтобы завоевать доверие и лояльность, необходимые для поддержания эффективных деловых отношений в будущем. На хороших взаимоотношениях между людьми строятся хорошие деловые отношения. Работа и частная жизнь достаточно тесно связаны, поэтому деловых партнеров во время переговоров приглашают провести в неформальной обстановке, например, в ресторане или на культурном мероприятии. Такое неформальное времяпрепровождение помогает наладить контакт, расположить людей к себе и обсудить заключение сделки в деталях. Однако японская нацеленность на долгосрочную лояльность и перспективы может привести к потере краткосрочной немедленной прибыли, что часто разочаровывает западных партнеров.

В культуре Японии, ориентированной на коллективные отношения, уважение и поддержание иерархических отношений имеет важное значение в обществе и бизнесе. На этом принципе основывается поведение на совещаниях, банкетах и т.д. К примеру, на совещании порядок говорения основан на иерархии, и часто человек самого высокого положения говорит первым, произнося несколько приветственных слов, хотя

вступительная речь обычно короткая и общая. Рассадка основана на иерархии. В такси место позади водителя предназначено для человека самого высокого ранга, в то время как место рядом с водителем предназначено для человека самого низкого ранга. Иерархия также подчеркивается той формой вежливости японского языка, которой пользуется сотрудник компании: человек с более высоким статусом использует нейтрально-вежливую речь, тогда как человек с более низким социальным статусом говорит в более вежливом стиле. На переговорах для японской стороны важно знать, что они говорят с людьми, стоящими на нужной для успеха переговоров ступени иерархии.

По мере нарастания процессов глобализации межкультурная коммуникация японцев претерпевает изменения. За последние десятилетия коммуникация стала более ориентированной на западные традиции и стандарты, поскольку в японскую культуру все больше встраиваются западные ценности, такие как индивидуальность поведения, в том числе и речевого. Вместе с тем продолжают сохраняться характерные для японской культуры традиционные формы коммуникации, определяющие поведение индивидуумов. В японских стилях ведения переговоров очевидно, что японцы ценят создание доверительных отношений со своими коллегами как предварительное требование перед отрицанием. Помимо стилей переговоров, существует традиционный этикет, такой как обмен визитками и подарками. Наконец, для японского стиля переговоров характерно преобладание непрямых, обтекаемых форм высказывания.

Изучение культурного поведения, отношения, норм и ценностей другой стороны может помочь в эффективном проведении межкультурной коммуникации.

#### БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЕ ССЫЛКИ

1. 日本は本当に「和の国」か / 吉木 誉絵. – 東京 : PHP研究所、2019.
2. John Alston, Isao Takei. Japanese Business Culture and Practices: A Guide to Twenty-First Century Japanese Business. Lexington : iUniverce, 2018.
3. Изотова Н. Н. Этнокультурные особенности стиля японской коммуникации // Вестник МГИМО Университета. 2012. № 6.